COMO POSICIONAR NUESTROS VÍDEOS DE





Escrito por
Jose Galán.
Autor del blog "Cosas sobre Márketing Online"

www.josegalan.es

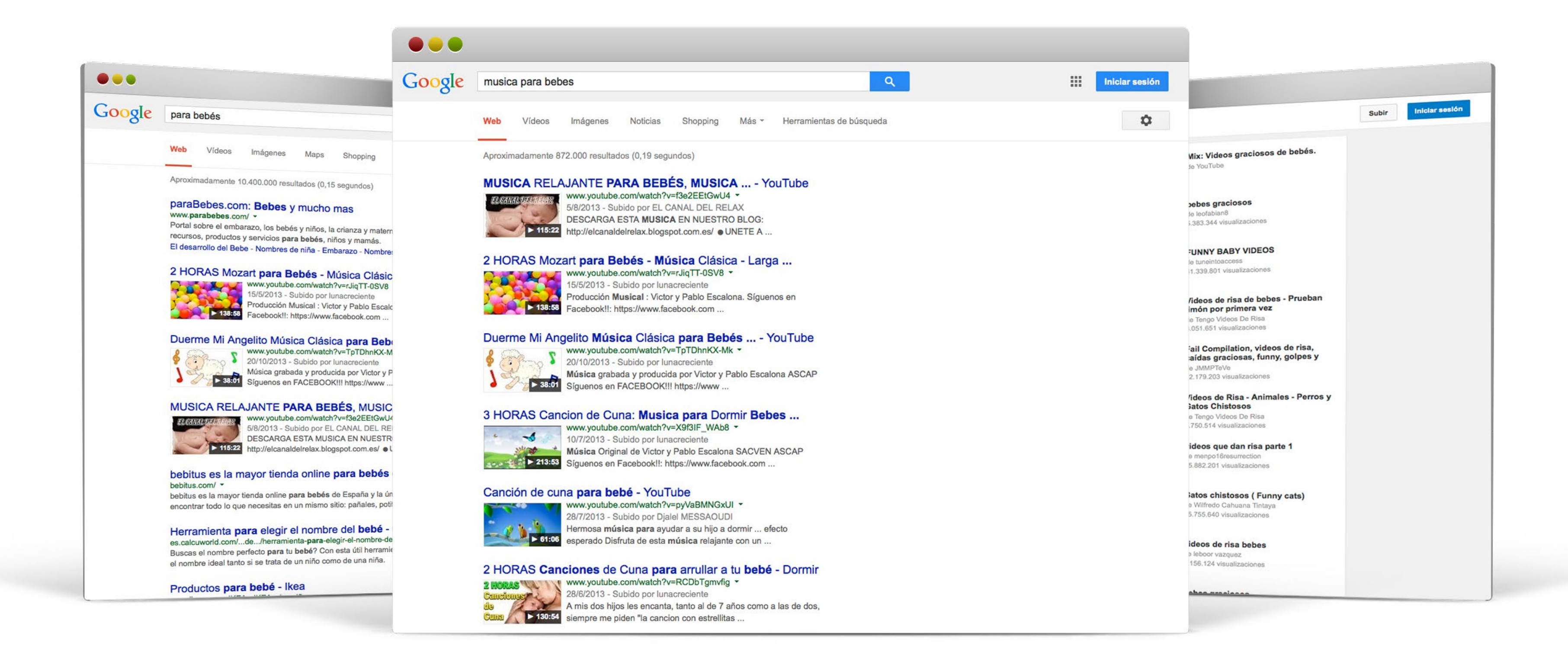
COMO POSICIONAR NUESTROS VÍDEOS DE



You
Tube

ÍNDICE





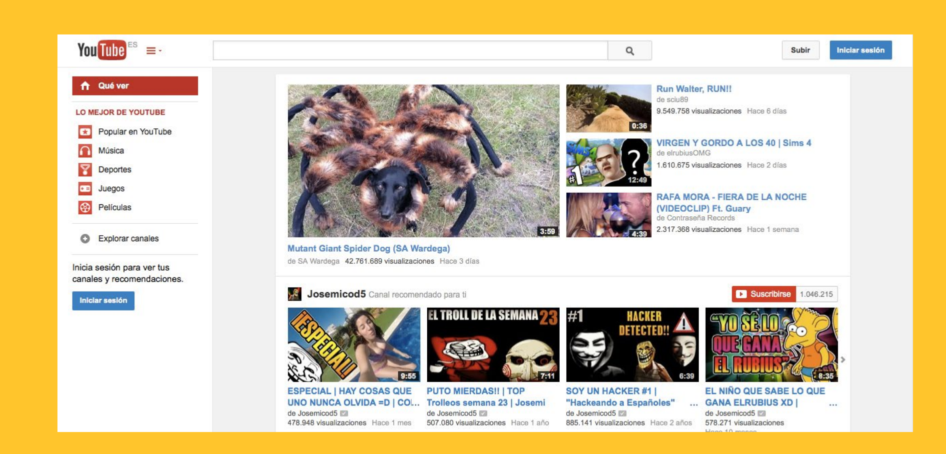
YouTube es la red social de vídeos por excelencia. Creada en febrero de 2005 por tres antiguos empleados de PayPal, fue adquirida por Google en octubre de 2006 a cambio de 1.650 millones de dólares. En la actualidad, es el sitio de vídeos más utilizado en Internet y Google le otorga cierto privilegio en los rankings de posiciones en sus búsquedas. Solo hay que buscar términos como «canciones para bebés», *«vídeos para bebés»* o incluso *«bebés»* para comprobar cómo multitud de vídeos inundan las primeras posiciones del buscador.

BUSCANDO LOS MEJORES TEMAS. PALABRAS CLAVE

Antes de nada, tenemos que investigar cuáles son los términos por los que los usuarios buscan en Google o en el propio buscador de YouTube.

Como en cualquier trabajo de posicionamiento orgánico para este buscador, debemos fijarnos en las **palabras clave** que queremos posicionar, las búsquedas mensuales que tienen y la competencia por esa keyword, y con esta información nos podemos hacer una pequeña idea de si va a ser resultar sencillo o complicado colocar nuestro vídeo en los primeros puestos de Google.

Herramientas para localizar palabras clave:



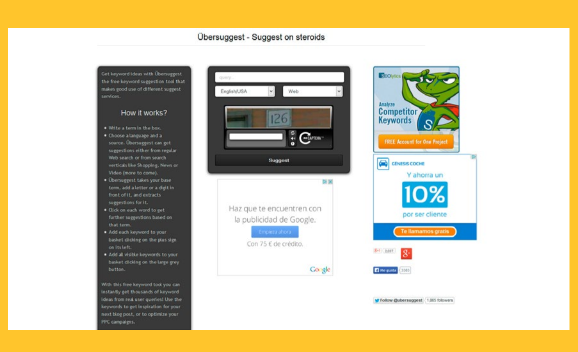
Buscador de YouTube
Una de las opciones más sencillas es visitar el propio buscador de YouTube e introducir algunas de las palabras que queremos investigar. Automáticamente, el buscador nos sugerirá otra serie de términos o frases en función de lo que escribamos.

Grupo de anuncios (por relevancia)	Palabras clave		Promedio de búsquedas mensuales ?	Competencia ?	P
Canciones Cuna…	canciónes de cu…		380	Baja	
Canciones De N…	canciones de na…		610	Baja	
Nanas Bebes (20)	nanas para bebe…		5.670	Baja	
Bebe Letra (29)	canciones para …		290	Baja	

Planificador de palabras clave de Adwords
Para localizar términos relacionados con nuestro negocio, nada mejor que la herramienta de palabras clave de Google Adwords. Para poder emplearla, debemos tener una cuenta en el programa de Google Adwords y, a continuación, solo tenemos que insertar las palabras por las que queremos aparecer en los resultados. Este programa nos devolverá sugerencias de keywords, número de búsquedas mensuales y competencia de cada palabra.



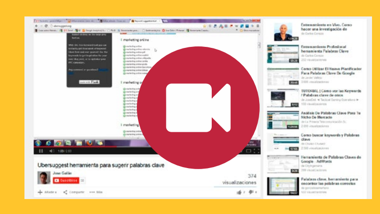
BUSCANDO LOS MEJORES TEMAS. PALABRAS CLAVE

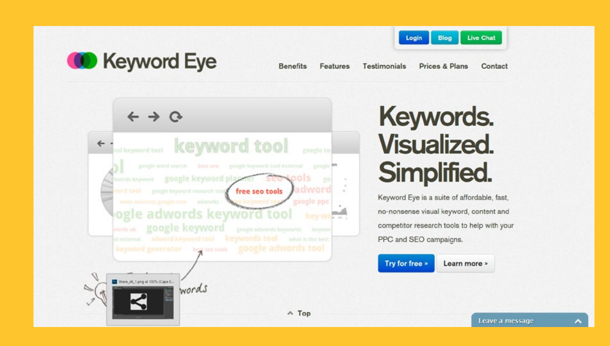


Übersuggest

Übersuggest es otra web donde podemos nutrirnos gratuitamente de palabras clave que pueden interesarnos. Simplemente hemos de introducir los términos que nos interesan y la web nos devolverá un listado bastante útil.

A continuación, mostramos un vídeo de ejemplo del uso de Übersuggest:

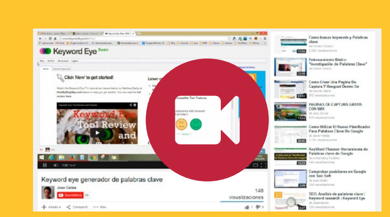


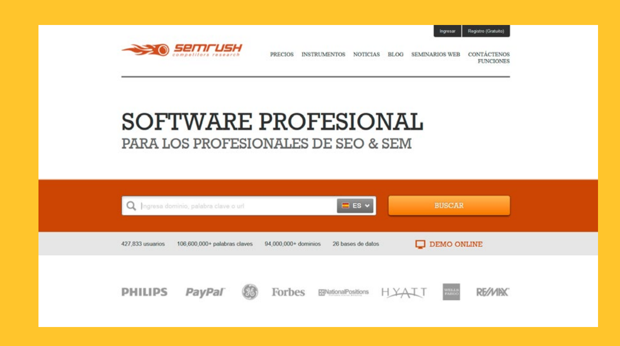


Keyword eye

Keyword Eye es otra web donde podemos realizar búsquedas para términos relacionados con nuestro negocio de forma gratuita. Resulta muy sencilla de usar: solo tenemos que ir a la web e indicar varios parámetros, y Keyword Eye nos devolverá unos cuantos resultados que podemos utilizar.

Se puede ver su uso en el siguiente vídeo:





SEMrush

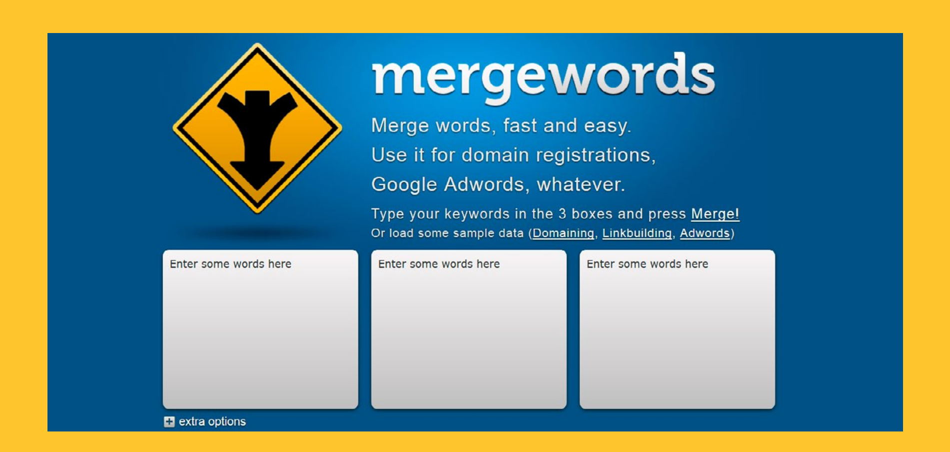
SEMrush dispone de una de las mayores bases de datos de palabras de Google, por lo que podemos utilizarla para extraer palabras clave que posteriormente se emplearán para el proyecto web.

A continuación, se muestra una guía sobre su uso.



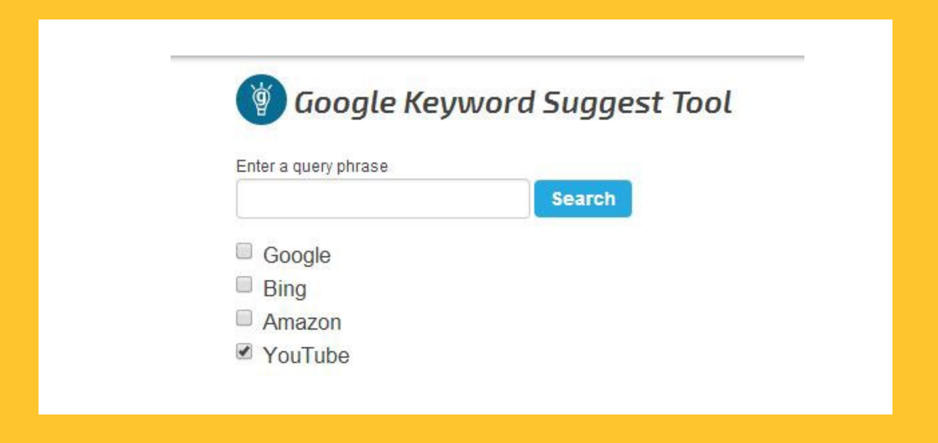


BUSCANDO LOS MEJORES TEMAS. PALABRAS CLAVE



Mergewords

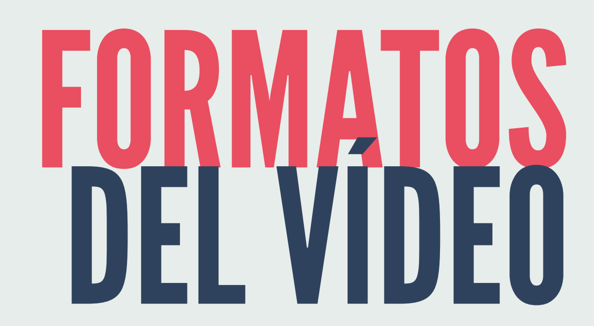
Mergewords es una web que nos permite combinar de forma rápida una lista de palabras clave.



Google Keyword Suggest Tool.

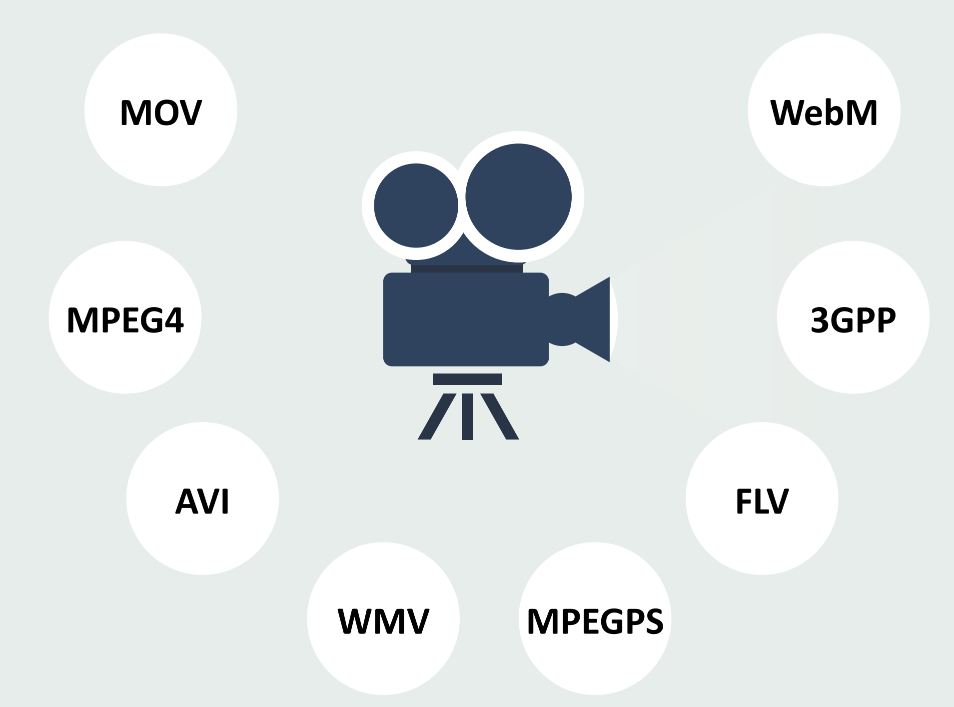
Esta web de Seochat puede resultar muy útil porque posibilita la extracción de información solamente de YouTube, la cual posteriormente podemos aprovechar para tener sugerencias de temas para nuestros vídeos.





En primer lugar, hay que procurar que el vídeo que vayamos a subir a esta plataforma tenga unos niveles mínimos de calidad, tanto de imagen como de audio. Lo más recomendable es que el vídeo esté en alta definición (HD). Podemos incluir el logotipo de nuestra empresa en él de forma que no moleste al resto de elementos visuales o añadirlo al principio o al final del vídeo.

Los formatos de vídeo que admite YouTube son:



¿QUÉ TÍTULO PONER A NUESTRO VÍDEO?

Haz clic en "Publicar" para publicar el vídeo.

Información básica Obtención de ingresos Configuración av

Título

Descripción

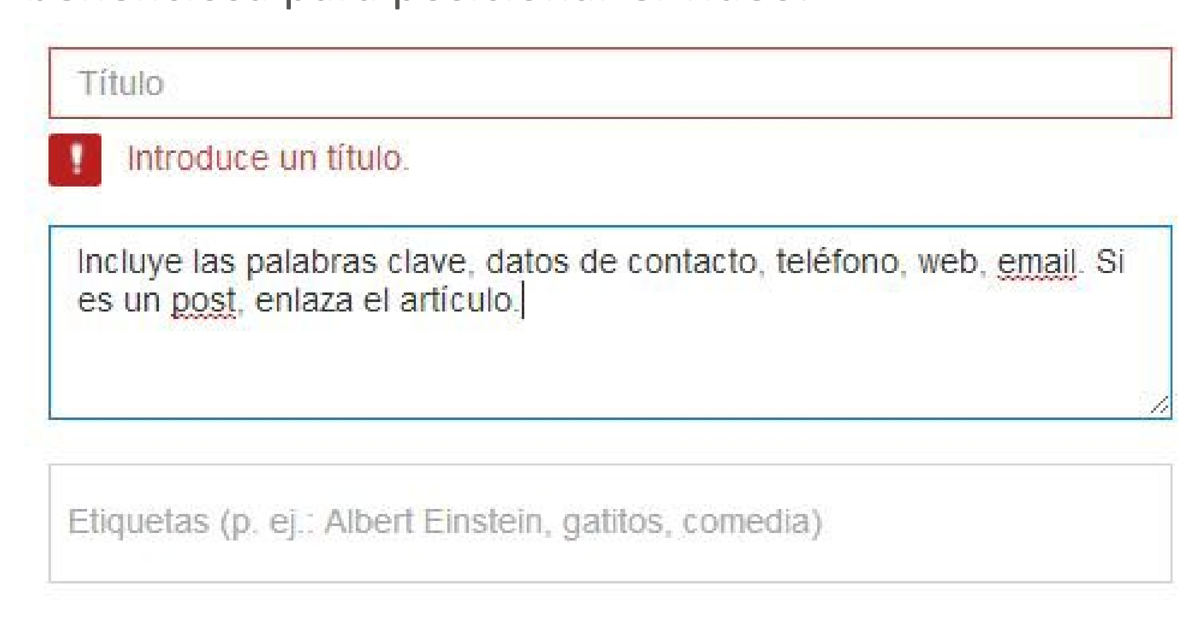
A partir del estudio de palabras clave realizado previamente, debemos poner el mismo título al vídeo que la palabra clave que queramos posicionar. Por ejemplo, si buscamos posicionar el término *«fontaneros Madrid»*, conviene titular el vídeo de la misma forma. Esto se puede hacer de dos formas: como por defecto en YouTube aparecerá como título el mismo nombre con el que estaba nombrado el archivo, bien se nombra el vídeo que tengamos con la palabra clave a posicionar o, una vez completada la subida del vídeo, se cambian las palabras en la zona de *«Título»*.



En los campos de **descripción** y **etiquetas**,
debemos incluir las palabras clave que queramos posicionar:

Descripción:

En este campo hay que introducir las palabras clave que queramos destacar. Si se trata de un negocio, es recomendable añadir también los datos de contacto, como el teléfono, la web o el e-mail. Asimismo, podemos incluir un enlace a la web de nuestro negocio y así derivar visitas a esta. Respecto a la extensión de palabras en este campo, es aconsejable añadir un texto de unas 400 palabras o más, pues una descripción larga será más beneficiosa para posicionar el vídeo.





Cuando el vídeo aparece en los resultados de búsqueda, suelen mostrarse también las primeras palabras, por lo que no hay que olvidar poner algún término concreto de nuestro negocio.



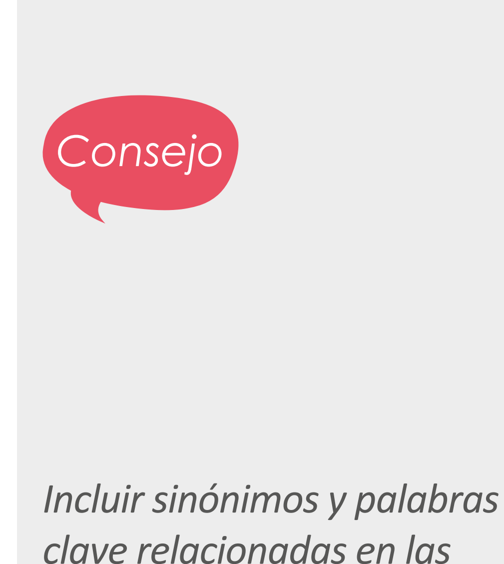


CAMPOS DE DESCRIPCIÓN, ETIQUETAS Y MINIATURAS

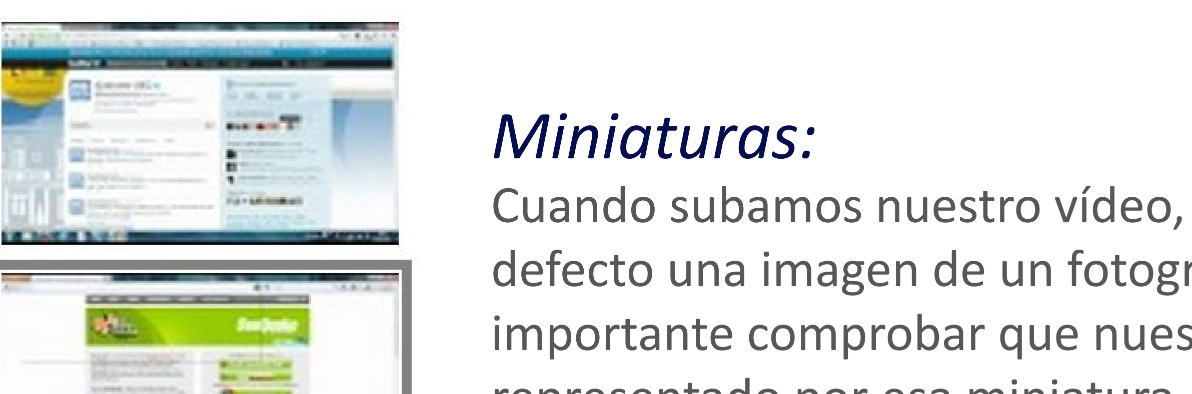
Etiquetas:

Esta parte es muy importante. Hay que introducir las palabras clave por las que queramos posicionar el vídeo; si están compuestas por dos o más términos, conviene separarlas por comas, como en el siguiente ejemplo:





Incluir sinónimos y palabras clave relacionadas en las etiquetas.





Miniaturas:

Cuando subamos nuestro vídeo, YouTube tomará por defecto una imagen de un fotograma como muestra. Es importante comprobar que nuestro vídeo esté correctamente representado por esa miniatura, y si no es así, cambiarla.



Es fundamental configurar correctamente los datos del canal. Aparte del nombre, podemos añadir fotografías, imagen de fondo, descripción y elegir un vídeo con impacto que sirva de presentación para usuarios no suscritos.

Nuestro canal de YouTube va a funcionar como una página web. Se le asignará una autoridad y, cuanto mayor sea, más fácil será si subimos vídeos a un canal con influencia que a uno nuevo. Para ganar reputación en el canal de vídeos, influirán factores como la antigüedad, el número de vídeos subidos, la frecuencia de subida, el número de suscriptores, las visualizaciones totales, los *«Me gusta»*, los comentarios y los enlaces que puedan tener nuestros vídeos o si han sido insertados en otras páginas.

Truco para aumentar nuestro número de suscriptores.





En este punto entra en juego lo que se conoce como **SEO Off Page** o acciones que se pueden realizar para que nuestro vídeo se haga más popular.

Debemos compartir el vídeo en todas las redes sociales —Twitter, Facebook, Google Plus...— para que los usuarios interactúen con él, y provocar visitas para aumentar el número de visualizaciones, los *«Me gusta»* y los comentarios. De estos últimos podemos extraer mucha información para futuros vídeos, por lo que es importante contestarlos.

Todo esto provocará que nuestro vídeo sea más popular e irá escalando puestos en los rankings de búsqueda.

Link building

Como en toda página web, los enlaces que generamos a los vídeos van a favorecer mucho su posicionamiento, por lo que resulta muy recomendable trabajar esta parte e intentar ganar algún link desde otros sitios de Internet. Esto lo podemos hacer a través de dos vías: crear un link directo de texto a la url que se genera de nuestro vídeo en YouTube o insertar el vídeo en otra página web mediante un iframe, lo que se denomina *«embeber»* un vídeo. A continuación, podemos tomar la información del código desde la zona *«Compartir/Insertar»*:

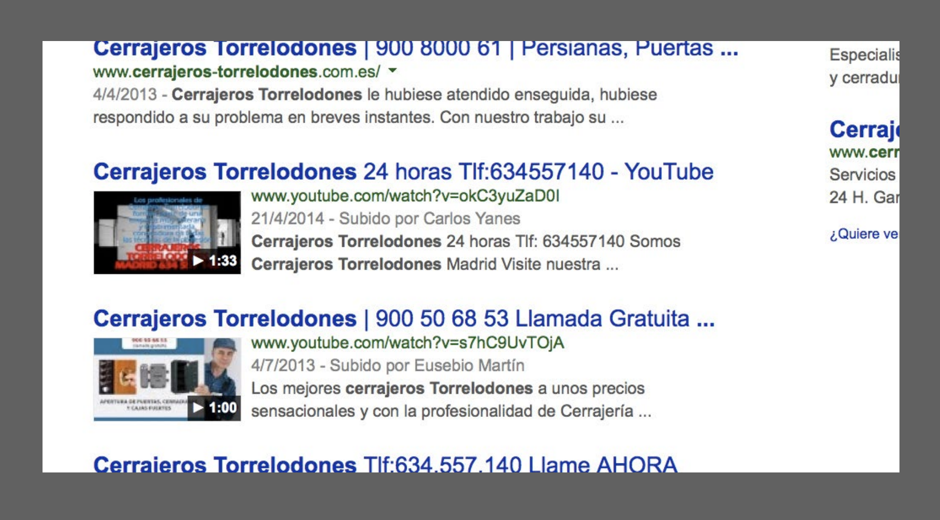


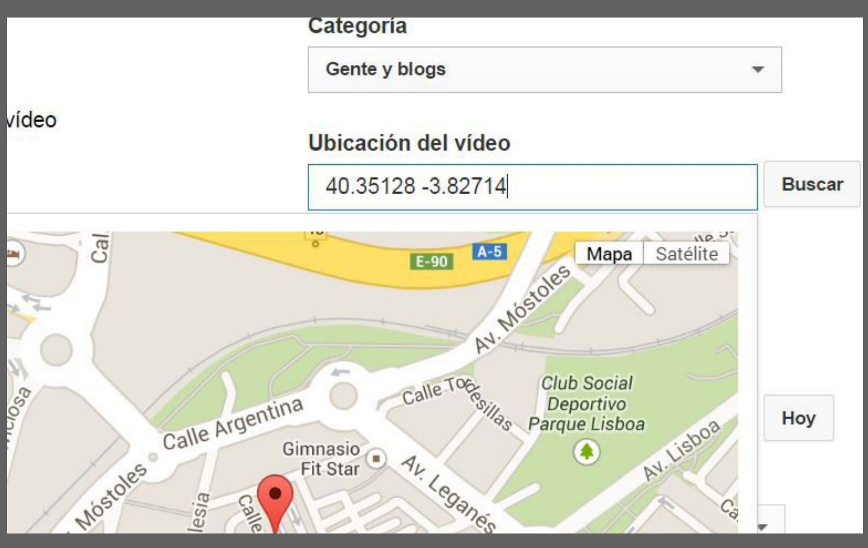
Esta última técnica también sumará visualizaciones a nuestro contenido cuando se reproduzca el vídeo en otra página. Finalmente, podemos comprobar si nuestro vídeo ha sido insertado en otras webs desde la zona de YouTube Analytics, ubicaciones de reproducción.



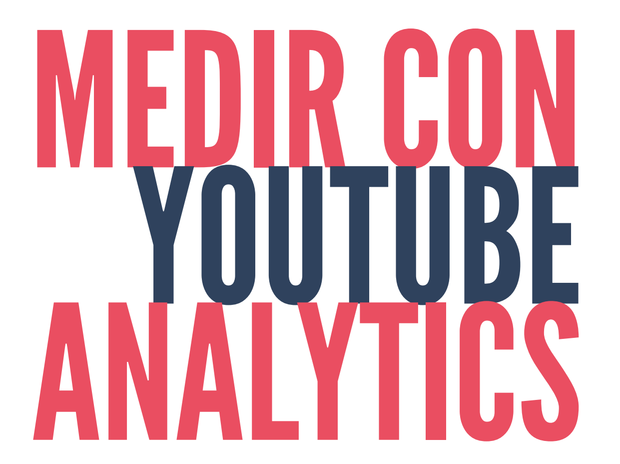
Si hay un sitio donde funciona bastante bien el posicionamiento para vídeos con YouTube es en las **búsquedas locales**. Si tenemos un negocio, sería importante invertir recursos en la elaboración de un vídeo para intentar posicionarlo en los buscadores.

La competencia en estas búsquedas suele ser más baja de lo habitual, ya que el número de búsquedas por *«negocio más localidad»*, sobre todo si es una población no muy grande, no tendrá muchas búsquedas, aunque lo bueno de ello es que el usuario está bastante enfocado. Por ejemplo, si buscamos *«cerrajeros Torrelodones»* es porque con mucha probabilidad tengamos que hacer uso de ese servicio y con cierta premura.





Funciona muy bien para servicios de urgencia, como cerrajeros, fontaneros, asistencia general al hogar, aunque también podemos aplicar esta técnica si tenemos un negocio físico. Para posicionar nuestro vídeo por localidad, es muy importante rellenar el campo *«Ubicación del vídeo»* en la sección de *«Configuración avanzada»* cuando subamos o editemos el vídeo: buscar la localidad o calle en concreto, pulsar en *«Buscar»* y arrastrar el marcador rojo hasta el punto correcto de la zona en la que queramos ubicarlo.



La evolución de los vídeos se puede seguir desde la sección **YouTube Analytics**. Desde aquí podemos ver el rendimiento del canal con diversos datos de nuestros vídeos, como visualizaciones, minutos reproducidos, interacciones del público, datos demográficos, regiones geográficas desde donde se ven nuestros contenidos, fuentes de tráfico y otros datos interesantes que nos guiarán a la hora de adaptar y elaborar contenidos futuros.





www.josegalan.es